

Penyuluhan dan Pendampingan Pemasaran Petani di Era New Normal Covid-19 di Desa Bonto Tallasa Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng

Jumiati¹, Sahlan^{2*}, Akbar³

¹⁻³ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Makassar

^{2*} sahan@unismuh.ac.id;

Abstrak

Kondisi pertanian saat ini sangat mempengaruhi pada sektor pertanian. Kontribusi pertanian yang semakin berkurang serta peranan sektor pertanian yang makin mengalami perubahan. Kondisi covid-19 yang menjadi salah satu faktor terjadinya penyusutan pendapatan petani. Berdasarkan dari permasalahan yang terjadi, maka ditawarkan salah satu solusi yang direkomendasikan untuk petani di Desa Bonto Tallasa Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng yaitu pelatihan dan pendampingan pemasaran di era Covid-19 menuju era *new normal* yang bertujuan pengelolaan usaha tani masyarakat dalam upaya peningkatan hasil pendapatan yang maksimal. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada tanggal 30 Juni 2021 di masa pandemi Covid-19 dilakukan penyuluhan dan pendampingan langsung ke mitra. Dengan demikian hasil pertanian merupakan usaha pertanian yang mendukung baik dari sektor hulu maupun hilir. penyuluhan pendampingan pemasaran hasil pertanian dengan melalui platform media sosial yaitu *Facebook Marketplace* melalui penerapan pemasaran digital sebagai alternatif penanganan pemasaran di tengah pandemi Covid-19. Alhasil melaksanakan penyuluhan yang kami berikan kepada mitra memperoleh dampak perekonomian yang sangat signifikan terhadap usaha pertanian mitra atau kelompok tani maju mandiri. menurut Mitra tentang pemasaran produk dengan bantuan teknologi digital sangat terbantu dengan pemanfaatan teknologi digital dalam mengembangkan usahanya sehingga menurut mereka mampu untuk mempertahankan kehidupannya mendapatkan semangat dalam mengembangkan usaha di masa kondisi pandemi Covid-19.

Kata Kunci: *pemasaran, digital marketing, new normal*

Pendahuluan

Kondisi saat ini yang tengah menghadapi krisis kesehatan global dan sosial ekonomi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Hal ini berdampak pada kehidupan bahkan kegiatan pembatasan sosial berdampak pada pendidikan, kesehatan, dan akses kepada pelayanan. Sektor ekonomi ikut mengalami dampak yang sangat besar terhadap pandemi virus corona (Rizal, 2020). Olehnya itu pada perekonomian pun mengalami penghambatan dari berbagai aktivitas karena pandemi yang melanda dan pada akhirnya berdampak pada keberlangsungan dan pendapatan ekonomi masyarakat.

Dewasa ini, aparat pemerintah telah berupaya memulihkan kondisi perekonomian melalui berbagai bentuk maupun strategi dalam membangkitkan kondisi ekonomi

menuju new normal. Hal ini dikarenakan kegiatan ekonomi memerlukan kepastian dan tidak boleh berhenti terlalu lama, karena beresiko menambah pengangguran dan mengarahkan ke kondisi resesi (Pambudi, 2020). Hal ini berlaku juga terhadap pelaku usaha di Indonesia, berbagai sektor mengalami hal yang terpuruk dan mengalami kepasifan dalam bisnisnya di kondisi saat ini. Adanya fase new normal bagi pelaku usaha kembali beradaptasi dengan lingkungan yang memerlukan berbagai strategi melalui digitalisasi. Dengan demikian, pemerintah berharap dengan penerapan new normal, ekonomi bangkit dan tetap berputar serta sektor industri, sehingga pelaku usaha dapat beradaptasi dengan menguasai teknologi digital marketing dengan prinsip mengikuti aturan protokol kesehatan yang telah ditetapkan.

Hal inilah yang tengah dialami masa pandemi ini tentunya penggunaan teknologi melalui digital marketing menjadi harapan dalam berusaha, tentunya menjadi harapan baru di kondisi pandemi yang semakin meningkat. Oleh karena itu, internet dan sosial media menjadi solusi harapan yang tepat dalam membangun roda perekonomian sehingga tetap berjalan. Digital marketing merupakan suatu rangkaian kegiatan khususnya pada segmentasi pemasaran atau produk dapat digunakan berbagai media terutama digital marketing berbasis internet. Dengan demikian bahwa pemasaran melalui digital marketing bertujuan untuk memberikan daya tarik serta minat konsumen maupun calon konsumen secara tepat. Salah satu cara untuk ikut terlibat dalam kondisi suasana yang sudah berkembang saat ini ditengah kondisi covid yang masih menjadi tantangan bagi masyarakat adalah dengan mengoptimalkan teknologi digital. Hal ini berdampak pada pelaku usaha yang dialami oleh warga Desa Bonto Tallasa Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng khususnya mitra kelompok Tani Maju Mandiri. menurut warga setempat bahwa usaha hasil pertanian yang didapatkan mengalami dampak yang sangat signifikan pada kondisi pandemi covid-19 ini, hal ini terlihat dan mengalami kesulitan dalam mendapatkan modal, pembeli semakin menurun, adanya warga yang merupakan anggota kelompok tani yang beralih profesi menjadi buruh maupun menjual asset yang dimiliki demi bertahan untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

Kondisi inilah yang mendorong perlu adanya strategi sebagai upaya untuk menyelesaikan permasalahan agar lebih berfokus pada penguatan digital marketing agar lebih efisien dalam menjangkau konsumen secara merata melalui penerapan pemasaran digital. hal ini dilakukan agar lebih efektif dalam pemasaran dengan memanfaatkan digital marketing dengan pola perlakuan yang sangat menguntungkan dari berbagai biaya yang terjangkau bagi para pelaku usaha, namun hal ini berdampak lebih luas pada aspek pemasarannya di berbagai segmentasi konsumen yang lebih beragam (Hapsoro, Palupiningdyah, & Slamet, 2019). Dengan demikian beragam strategi yang dilakukan pada aspek pemasaran dan penjualan online melalui media sosial yaitu platform Facebook Marketplace dengan penggunaannya cukup relatif mudah serta dapat dilakukan dimanapun dan mampu menjangkau ke seluruh pengguna Facebook. Oleh karena itu, bagian promosi produk serta pelayanan untuk penjualan online dapat dimaksimalkan dengan mudah dan lebih cepat yang tentunya memberikan dampak pada peningkatan penghasilan bagi para pelaku usaha (Susanto, 2020).

Pada kegiatan ini merupakan bagian dari implementasi tri dharma perguruan tinggi, tim dari pengabdian universitas muhammadiyah makassar fakultas pertanian program studi Agribisnis melakukan kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran di Era

Covid-19. Kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan kembangkan jiwa semangat berwirausaha pada strategi pemasaran. Secara garis besar permasalahan dan solusi yang telah dikemukakan adalah:

Tabel 1. Permasalahan dan solusi mitra

No	Mitra	Permasalahan	Solusi
1.	Kelompok Tani Maju Mandiri	1. Belum adanya pemahaman mengenai tata kelola Aksesibilitas Kelompok Tani Terhadap Berbagai Kelembagaan Layanan Usaha, dalam pengelolaan kelompok tani 2. Belum adanya pemahaman manajemen usaha khususnya mengenai pemasaran sehingga kelompok tani belum dapat mengembangkan secara optimal terutama kondisi pandemi Covid-19 yang masih menjadi tantangan petani.	1. Penyuluhan dan pendampingan akan pentingnya aksesibilitas dalam kelembagaan sebagai langkah awal untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi usaha petani 2. Penyuluhan dan pendampingan sebagai strategi pemasaran guna peningkatan penjualan di media sosial melalui penerapan pemasaran digital.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan metode Penyuluhan dan pendampingan pemasaran petani di Era new Normal covid-19 Di wilayah Desa Bonto Tallasa dengan beberapa tahapan Pelaksanaan Solusi Permasalahan Mitra sebagai berikut :

Tahapan Kegiatan

1. Persiapan survei kegiatan yang dilaksanakan agar lebih teratur dan terarah.
2. Pelaksanaan program penyuluhan dan pendampingan pemasaran *digital marketplace*.
3. Monitoring dan Evaluasi

Metode Pendekatan

Metode yang dilakukan adalah penyuluhan dan diskusi. Penyuluhan berfokus pada usaha meningkatkan perekonomian khususnya dengan berjualan pada digital marketplace. Hal ini bertujuan membuka pemikiran masyarakat terhadap potensi perubahan perilaku konsumen yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan selama ini terkait permasalahan yang dihadapi mitra. Melalui diskusi mitra mampu menyelesaikan permasalahan atau pun kendala mitra

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan Penyuluhan dan pendampingan pemasaran petani di Era new normal covid-19 Di Desa Bonto Tallasa. Pelaksanaan kegiatan berlangsung hari Rabu 30 Juni 2021 dengan mitra kelompok tani maju mandiri yang di selenggarakan oleh tim PKM Prodi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang beranggotakan tiga dosen pada Tabel 2.

Tabel 2. *Susunan Tim PkM*

No	Nama	Jabatan	Program Studi
1.	Sahlan., S.P., M.Si.	Ketua	Agribisnis
2.	Dr. Jumiati, S.P., M.M.	Anggota	Agribisnis
3.	Akbar.,S.P.,M.Si.	Anggota	Agribisnis

Tahapan Penyuluhan

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pendampingan Pengabdian kepada Masyarakat diawali dengan kegiatan pembukaan dengan sambutan secara langsung oleh perangkat Desa Bonto Tallasa, kemudian sambutan kordinator UPT BPP Kecamatan Ulu Ere Hendra Asmara,S.ST dalam sambutannya, bahwa kegiatan penyuluhan dan pendampingan ini sangat membantu dan bermanfaat terutama dalam pemasaran terkhusus pemanfaatan Digital Marketing. Kegiatan ini disambut antusias perangkat desa terkhusus mitra kelompok tani maju mandiri dikarenakan hal yang terbaru dan pertama kali adanya kegiatan penyuluhan dan pelatihan, sehingga kerjasama dengan perangkat desa khususnya mitra memberikan pengetahuan serta keterampilan baru bagi kelompok tani.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berlangsung pada hari rabu tanggal 30 Juni 2021 dengan mitra kelompok tani maju mandiri yang bertempat dikantor Desa Bonto Tallasa. Tim memberikan penyuluhan kepada mitra terkait permasalahan yang dihadapi mitra terkait pemasaran. Dengan demikian bahwa pada kondisi pandemic masyarakat mampu memaksimalkan potensi Media sosial sebagai starategi dalam pemasaran melalui media sosial atau jejaring social. Oleh karena itu, fasilitas yang mudah diakses khususnya kelompok maju mandiri dalam upaya atau langkah-langkah yang terbilang strategis dalam hal pemasaran produk pertanian yang dihasilkan olehh kelompok tani. Untuk mensiasati dari penggunaan modal atau biaya untuk promosi, maka media sosial mampu memberikan jangkauan yang lebih luas dan sangat mudah untuk diakses pada kegiatan promosi hasil pertanian dalam bentuk produk jika dibandingkan dengan proses kegiatan pemasaran yang secara konvensional (Ahmed & Zahid, 2014).

Pada tahapan penyuluhan diberikan penjelasan tentang transformasi pemasaran tradisional ke era digital terutama masa pandemi Covid-19 ini. Transformasi tersebut dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam kegiatan-kegiatan transaksi secara online. Pada kondisi Saat ini pada aspek pemasaran yang dilakukan oleh kelompok tani masih terbilang sangat sederhana dan bahkan pada aspek ini petani melakukannya tanpa memperhitungkan biaya yang dikeluarkan dibandingkan biaya yang di dapatkan. Hal inilah mendorong tim pengabdian agar masyarakat terkhusus kelompok tani maju mandiri mampu beradaptasi dengan kondisi pandemi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada saat ini. Melalui pemasaran berbasis online anggota kelompok tani agar mampu dengan mudah melakukan dengan cepat dalam bentuk pemasaran online yang lebih simpel dengan menggunakan media sosial melalui Facebook.



Gambar 1. Proses Penyuluhan Pemasaran Petani di Desa Bonto Tallasa Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng

Media digital yang dapat dipakai sebagai promosi seperti facebook dan whatsapp business,. Pada penyuluhan ini juga menjelaskan tentang kelebihan menggunakan pemasaran digital, seperti jangkauan pasar lebih luas, Hasil dapat diukur dan terlihat cepat, Target bisa diatur, Pemanfaatan kekuatan media social, dan kemudahan evaluasi pesaing.

Tahapan pendampingan

Pada tahap ini, tanggal 30 Juni 2021 dilakukan pendampingan ke dikantor Desa Bonto Tallasa membuat akun Facebook, foto produk, dan membuat label. Pendampingan yang dilakukan pada kelompok tani maju mandiri adalah membantu mengajarkan mengambil foto produk yang menarik, membuat promosi melalui media facebook, membuat label pada kemasan, dan memberi saran untuk kemasan yang rapi menggunakan Styrofoam box dan plastik krepel seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelatihan pembuatan Kemasan Styrofoam dan Plastik Krepel serta Pemasangan Label

Pelatihan kali ini dengan memperagakan cara mengemas produk dan plastic krep. Kegiatan ini dilakukan secara interaktif dengan kelompok mitra pada pelaksanaan pelatihan pemasaran dengan mengemas produk agar lebih menarik. Salah satu langkah pelatihan pemasaran pertanian dilakukan yaitu pemberian perlakuan yang berbeda pada produk hasil pertanian dengan menggunakan kemasan plastic krep pada kelompok mitra yaitu kelompok tani maju mandiri.

Kegiatan pelatihan ini menghasilkan produk kemasan, kemudian pada tahapan selanjutnya peserta atau anggota kelompok tani diberikan bimbingan teknis melalui pengemasan produk hasil produksi pertanian. Pada kemasan plastik yang telah diberi perlakuan kedap udara selanjutnya diberikan label pada kemasan produk yang telah dibuat. Kegiatan pelatihan ini dilakukan agar masyarakat atau anggota kelompok sebagai pelaku usaha mampu lebih kreatif dan menarik pada aspek kemasan yang memiliki daya tarik sehingga produk yang ditawarkan lebih terlihat beda dari yang lain dengan mempertahankan kualitas produk sebagai bentuk penawaran untuk konsumen. Hal ini selaras dengan pernyataan oleh Arifin (2006), bahwa pada aspek ini diperlukan komunikasi dan proses interaksi dengan orang-orang yang terlibat dalam upaya penyampaian informasi.

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan memberikan informasi yang penting karena pada kegiatan ini kelompok tani dan segenap anggotanya diberikan bimbingan teknis dalam mengemas kemasan dan pemberian label produk agar lebih terlihat menarik, memberikan ciri khas identitas produk yang telah dibuat dengan memberikan label. Tentunya memperlihatkan ciri khas produk yang telah dikemas dengan rapi mampu menarik minat konsumen sebagai langkah serta strategi menarik perhatian konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penyuluhan dan pendampingan pemasaran petani di era *new normal* covid-19 di Desa Bonto Tallasa Kecamatan Ulu Ere Kabupaten Bantaeng yaitu digital marketing melalui media sosial yaitu platform *Facebook Marketplace* disimpulkan bahwa kegiatan penyuluhan dan pendampingan ini membangkitkan kembali semangat mitra PkM khususnya memberikan wawasan untuk meningkatkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi melalui pemasaran secara online yang lebih mudah dilakukan dan cepat melalui platform facebook yang berdampak pada peningkatan ekonomi.

Selain itu, mitra semakin menyadari akan pentingnya pengemasan produk sebagai ciri khas yang dikemas dengan rapi sebagai langkah strategis dalam pemasaran. Tingginya minat dan keinginan mitra dalam pemanfaatan teknologi digital dalam mengembangkan usaha melalui pemasaran produk dengan bantuan teknologi digital dalam mengembangkan usaha di era *new normal*.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Muhammadiyah Makassar atas kerjasamanya pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat tahun anggaran 2021.

Referensi

- Djakfar, Z. R. (1990). *Ekonomi Pertanian, Cetakan Pertama*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Juminto, M. S. (2020). Adaptasi UMKM saat New Normal.
<https://www.jawapos.com/opini/24/06/2020/adaptasi-umkm-saat-new-normal>
- Mardikanto, T. (1999). *Penyuluhan Pembangunan Pertanian*. Surakarta : Sebelas Maret University.
- Pambudi, R. E. (2020). Ini Alasan New Normal 'Wajib' Dilakukan di RI pada 1 Juni.
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200518093037-4-159138/ini-alasan-new-normal-wajib-dilakukan-di-ri-pada-1-juni>
- Kasryno. (1996). *Penyuluhan Pembangunan Pertanian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Santoso, P. (2020). UMKM Musti Ubah Cara Pandang, New Normal adalah Era Paradigma Baru. <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pro1395635/umkm-musti-ubah-cara-pandangnew-normal-adalah-era-paradigma-baru>
- Syahyuti, dkk. (2008). *Ekonomi Pembangunan*. FE UGM. Yogyakarta.